

Checklist “Creatie van vacaturevideo’s”



VaRbeid
Hogeschool PXL

Inhoud

Inleiding	2
Bepaal de story.....	3
Uitleg storytelling:	3
Multimediacprincipes van Mayer	6
Aandachtspunten voor werving	7
Kies je hardware & software	8
Hardware	8
Camera	8
Microfoon.....	12
Belichting	14
Software	15
Bewerken	15
Interactiviteit.....	16
Opname voorbereiden	17
Video opnemen	18
Video bewerken	19
Video bekijken.....	20
Ontwerpsjablonen	21
Analyse.....	21
Checklist	22
Vorbereidingssjabloon	0
Quickclaim Hogeschool PXL	0

Inleiding

Wervingsvideo's uitwerken met een videocamera kan heel simpel zijn, maar ook heel uitgebreid. De ontwerper gaat best stapsgewijs te werk bij het uitdenken en verder uitwerken van het beeldmateriaal. Daarnaast zijn er ook een aantal specifieke aandachtspunten waar de ontwikkelaar rekening mee moet houden bij het ontwerpen van de beleving. Deze checklist over video bij werving geeft bedrijven handvaten om praktisch aan te slag te gaan met deze technologie.

Videovacatures bieden werkgevers veel voordelen en zijn een waardevol instrument tijdens het wervingsproces. Video's kunnen vacatures aantrekkelijker maken door een visuele presentatie, wat de nieuwsgierigheid prikkelt en ertoe kan leiden dat kandidaten sneller solliciteren. Een video geeft bovendien een duidelijker beeld van de functie en de werkomgeving, wat vaak een struikelblok vormt bij het lezen van een traditionele vacaturetekst. Beelden blijven beter hangen in de herinnering, waardoor bedrijven profiteren van een hogere naamsbekendheid en een sterker employer brand. Sollicitanten waarderen daarnaast de extra inspanning van een werkgever en zien dit als een teken van betrokkenheid en professionaliteit. Het gebruik van videovacatures kan dan ook bijdragen aan een positief imago van het bedrijf.

In deze checklist nemen we je mee in ons verhaal hoe je aan de slag gaat met een videovacature en dit in 6 stappen:



Vooraleer je beelden kan maken, moet je op zoek naar het juiste verhaal om de job in beeld te brengen.

Eenmaal je dit bepaald hebt, kan je gaan nadenken over je hardware en software. Hier moeten bewuste keuzes gemaakt worden. Denk aan gebruiksvriendelijkheid of professionaliteit.

Vervolgens gaan we de opname met het aantal scènes volledig uitschrijven zodat je tijdens de opnamedag (stap 4) vlot en gericht kunt werken. Voor deze voorbereiding hebben we twee ontwerpsjablonen ontwikkeld: een checklist en een ontwerpsjabloon.

Om je opname te finaliseren, moet je de beelden nog bewerken. Denk aan knippen, tekst toevoegen, vrijkningen

Nadat je alles bewerkt bent, heb je nagekeken en iedereen akkoord is met het resultaat. Kan je posten en bekijken op het gekozen kanaal.

Veel leer- en leesplezier.

Bepaal de story



Videobeelden zijn overal tegenwoordig. Je moet maar je smartphone openen en je wordt al overladen met videocasten, reels, tiktoks, advertenties ...

Dit geeft tal van mogelijkheden en ook uitdagingen die doorheen dit document worden toegelicht.

Speel in op de storytelling en een acteur / actrice die graag voor de camera staat. Deze twee factoren maken het verschil in je video. Voorbeelden van storytelling zijn: dag in het leven van, een gids, pitch van het bedrijf, sfeerbeelden Dit is vooral gericht op

wervingsvideo's en versterken je vacature.

Daarnaast kan je tegenwoordig met software je video gaan verrijken met hotspots / interactiepunten waardoor je tijdens de video meer info kunt geven met tekst en foto's of een quiz kan integreren.

Meer info hierover in het puntje '[Video bewerken](#)'

De beleving in video hangt samen met je storytelling. De storytelling bepaalt hoe lang jouw kijkers hun aandacht zullen houden tijdens het bekijken van de video. Figuur 1 Storytelling "De IKEA-handleiding", Geert Verdickt illustreert hoe een storytelling met de spanningsboog (= aandacht) in elkaar zit.

Uitleg storytelling:

Stap 1: Boodschap

- Wat is je boodschap in je vacature?
- Wat wil je in beeld brengen?

Stap 2: Doelgroep

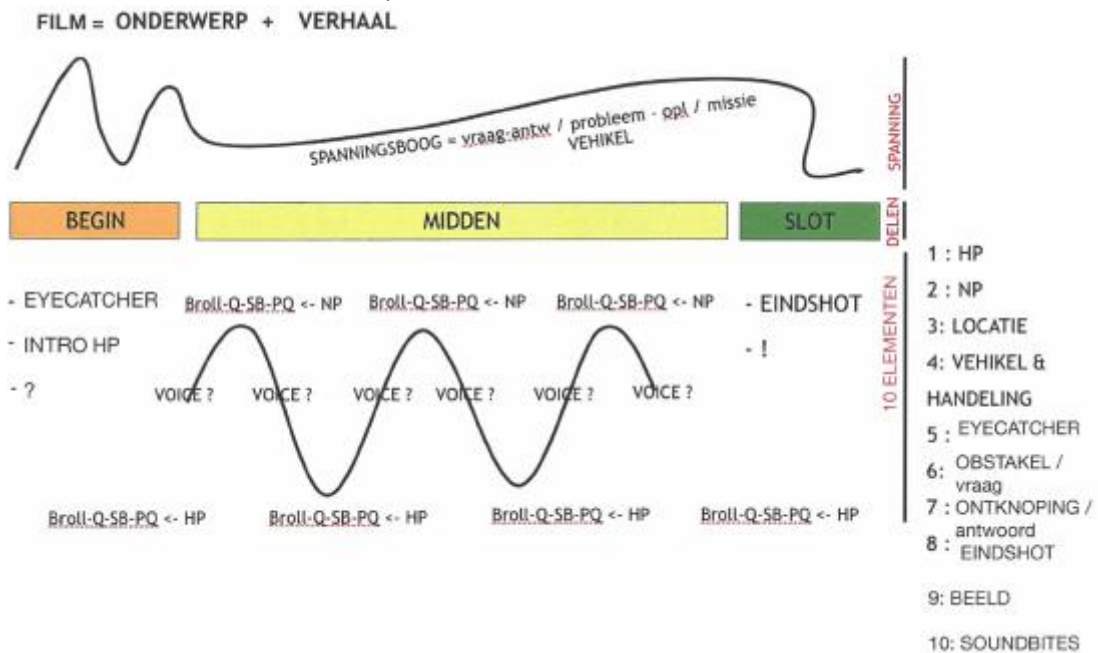
- Wat is de leefwereld?
- Hoe denkt jouw doelgroep?
- Taal?
- Wat zijn de interesses?

Stap 3: Verhaal

- HOE ga je de boodschap vertellen?
- Waar willen we naartoe?
 - De gebroeders Heath¹ definiëren het verhaal als volgt:
 - Simple
 - Unexpected
 - Credible
 - Concrete

VaRbeid – Checklist 'Creatie Vacaturevideo'

- Emotional
- Story
- De 10 bouwstenen van een story



Figuur 1 Storytelling "De IKEA-handleiding", Geert Verdickt

- Hoofd personage
- Neven personages
- Locatie
- Evolutie en handelingen
- Eyecatcher
- Obstakel
 - Vraag-antwoord
 - Probleem-oplossing
 - Missie-afwikkeling
- Ontknoping
- Eindshot
 - Blijft bij, net zoals de eyecatcher in het begin
- Beeld
- Soundbites
 - Geluiden die je ziet:

- Bv. Een deur die dichtvalt
- Je script is je fundament van je verhaal. Je zelf voorbereiden is dus cruciaal.

Voorbeeld met deze storytelling:

Titel: Een dag in het leven van een jobcoach in de bouw

BEGIN Eyecatcher:

- Close-up van een werkhelm met de bedrijfsnaam, gevolgd door een shot van handen die een bouwtekening uitrollen.
- Voice-over: "Elke bouwplaats heeft talent. Maar talent heeft begeleiding nodig om echt te groeien. Dit is het werk van onze jobcoach."

Intro Hoofdpersonage (HP):

- De jobcoach stelt zichzelf voor: naam, functie en passie voor het begeleiden van arbeiders.
- "Ik help onze mensen niet alleen vakkennis op te doen, maar ook vertrouwen in zichzelf te krijgen."

MIDDEN Dagelijkse routine in segmenten:

1. Start van de dag

- B-roll: Jobcoach arriveert op de bouwplaats, begroet arbeiders.
- Soundbite: "Goedemorgen heren, klaar om aan de slag te gaan?"

2. Opleiding en begeleiding

- B-roll: Jobcoach geeft uitleg over een technische taak.
- PQ (Persoonlijke Quote): "Iedereen leert op zijn eigen tempo. Mijn taak is om hen daarin te ondersteunen."
- Interview met een arbeider: "Dankzij de begeleiding van onze jobcoach voel ik me zekerder in mijn werk."

3. Obstakel / Uitdaging

- Shot van een jonge arbeider die worstelt met een taak.
- Vraag: "Wat als iets niet meteen lukt?"
- Jobcoach helpt hem stap voor stap.
- Ontknoping: Arbeider voltooit de taak, trots en opgelucht.
- Soundbite: "Hier leren we door te doen."

SLOT Afsluiting en impact:

- B-roll: Team lacht samen tijdens de pauze, jobcoach klapt een collega op de schouder.

VaRbeid – Checklist 'Creatie Vacaturevideo'

- PQ van de jobcoach: "Als ik zie dat iemand met zelfvertrouwen werkt, weet ik dat ik mijn job goed heb gedaan."
- Eindshot: De arbeider van eerder loopt met een brede glimlach weg, een bouwhelm stevig op zijn hoofd.
- Voice-over: "Wil jij deel uitmaken van ons team en groeien in je vak? Solliciteer vandaag nog."

Beeld & Soundbites:

- Dynamische shots van interacties en werkzaamheden.
- Natuurlijke, authentieke quotes van arbeiders en de jobcoach.
- Achtergrondgeluiden van de bouwplaats voor sfeer.

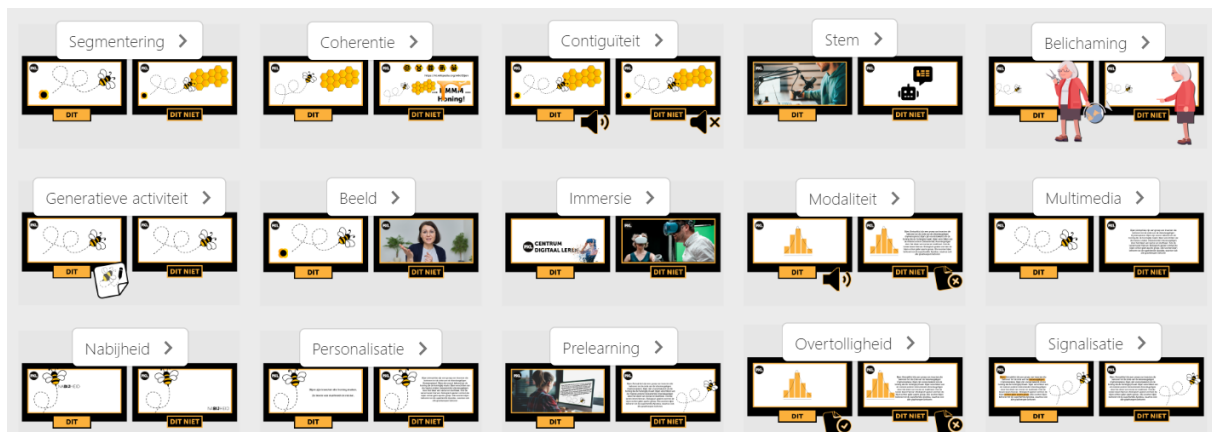
Call to Action:

- Tekst in beeld: "Bekijk onze vacatures op [website]."
- Logo fade-out met slogan: "Bouw aan je toekomst, samen met ons."

Multimediaprincipes van Mayer

Bij de ontwikkeling van digitaal materiaal toets je steeds de Multimediaprincipes van Mayer af. Deze basisprincipes zijn uitgewerkt voor digitaal leermateriaal, maar gelden ook bij het ontwerpen van opnames voor werving.

Om de 15 principes te ontdekken klik je op onderstaande afbeelding of scan je de QR-code:



Aandachtspunten voor werving

In wervingsvideo's is het de bedoeling om de kandidaat sollicitant een beeld te geven van de organisatie, de werkplek en de mogelijkheden...

Wat wil je vertellen? Hoe moet het overkomen? Waar moet de aandacht het meest zijn?

Wisselen in scènes of rekening houden met tiktokification¹ kan een denkpiste zijn om de aandacht van de kijker erbij te houden.

-  **Authentiek** materiaal
 - **Eerlijk** - niet enkel het positieve, ook de negatieve kanten of uitdagingen van de job
-  **Takenpakket:** Geef een eerlijk beeld van de taken en uitdagingen.
-  **Work-life balans:** Laat zien hoe de organisatie hierop inspeelt.
-  **Werkplek en collega's:** Toon de werkomgeving en stel echte collega's voor.
-  **Voorbeeldprofiel:** Breng een medewerker in beeld die de functie al uitvoert, zodat kandidaten zich kunnen identificeren.
-  **Professionele opname** is niet belangrijk

De totale duur van de wervingsvideo, waarbij de kandidaat voldoende tijd heeft om alle scènes (met interactiepunten), of de totale video te bekijken, beperk je best tot maximaal 5 minuten. Dit gaven onze sollicitanten aan.

Bij het ontwikkelen van een video is het belangrijk om na te denken over de mate van professionaliteit in de productie. De **inhoud** van de video is echter altijd belangrijker dan de afwerking.

Uit ons **onderzoek** blijkt dat:

- **60% van de kandidaten** weinig waarde hecht aan de mate van professionaliteit in de video, zolang de inhoud duidelijk en relevant is.
- **De andere 40%** vindt een professionele uitstraling juist wel belangrijk, omdat dit volgens hen bijdraagt aan het imago van het bedrijf.

Aan het **bedrijf** om een strategische keuze te maken:

- Wil je een laagdrempelige, authentieke uitstraling? Dan kun je de video intern laten maken, bijvoorbeeld met behulp van eenvoudige tools en apparatuur.
- Wil je een video die past bij een hoogwaardig en professioneel imago? Overweeg dan om een gespecialiseerde partij in te schakelen voor een professionele productie.

Tip: Bedenk wat je als organisatie wilt uitstralen en stem het niveau van de productie hierop af. Een goed geplande en inhoudelijk sterke video kan in beide gevallen een krachtige indruk achterlaten.

¹ Video's maken zoals op het social media kanaal TikTok. Rond de minuut, wisselende kijkhoeken, aandacht trekken, captions, hooks

Kies je hardware & software



Op basis van de onderstaande informatie gaan we je toelichten welke mogelijkheden je hier zal hebben:

Hardware

Camera

Om video-opnames (foto en video) te maken, heb je de keuze uit een smartphone, camera, actioncamera of videocamera.

Een smartphone kennen we allemaal en is heel gebruiksvriendelijk voor zowel foto's en video's te maken. Dit komt omdat de smartphone het werk voor jou doet zoals de belichting en het scherpstellen. Een actioncamera gaat het werk ook voor jou doen en heeft als extra functies dat het beeld sneller wordt scherp gesteld bij bewegende beelden en deze camera's hebben een stabilizer software ingebouwd waardoor jouw beeld altijd gestabiliseerd is.

Dan heb je nog de keuze uit een camera die foto's en video's kan maken of een videocamera uitsluitend voor video-opnames.

Het belangrijke hierbij is dat je goed jouw (video)camera kent en kunt gebruiken vooraleer je een opname start. Weet waar je instellingen staan en ken alle knopjes zodat je snel de lichtinval kan regelen of het beeld kan scherpstellen. De meeste camera's hebben tegenwoordig wel een auto-functie waardoor de camera je hierbij zal helpen.

Tip: “een camera kan verwisselbare lenzen hebben. Hierdoor zijn er heel wat keuzes en hangt het af van verschillende noden. Daarom dat we hieronder een drietal lenzen plaatsen die voldoen om een videovacature op te nemen, maar weet dat andere opties even goed kunnen zijn.”

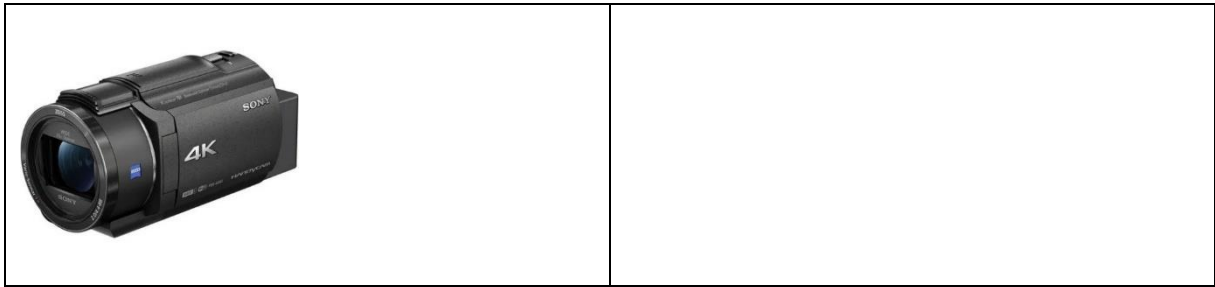
Hieronder vind je een lijst van verscheidende action- / (video)camera's die geschikt zijn om een videovacature op te nemen:

Camera	Extra info:
Canon 250D 	▪ Foto en video ▪ Verwisselbare lenzen ▪ Export video: ○ 4K² / 25 of 24fps ○ fullHD / 60,50,30, en 25fps
Sony a7C II	▪ Foto en video ▪ Verwisselbare lenzen

² 4K wordt ook wel Ultra HD of UHD genoemd

VaRbeid – Checklist ‘Creatie Vacaturevideo’

	▪ Export video: ○ 4K / 30 of 60fps ○ Full HD / 120fps
Lenzen voor bovenstaande camera's	
Sigma 30mm f/1.4	▪ Film doel ○ Perfect voor medium shots met een natuurlijke look. Breed genoeg voor kleinere ruimtes.
Sigma 56mm f/1.4	▪ Ideaal voor close-ups met een mooie onscherpe achtergrond (bokeh).
Sony 50mm f/1.8	▪ Budgetvriendelijke optie voor close-ups.
Sony 18-105mm f/4 G OSS	▪ Handige allrounder met ingebouwde stabilisatie, goed voor interviews en bewegende shots.
GoPro Hero 13 Black 	▪ Action camera
Insta360 Ace Pro 2 	▪ Action camera
Sony FDR-AX1 4K Professional Handycam 	▪ Uitsluitend video ▪ Export video: ○ 4K / 60fps
Sony FDR-AX43A	▪ Uitsluitend video ▪ Export video: ○ 4K



Wil je het filmen of fotograferen combineren met 360° video's / foto's? Dan raden we de Insta360 X4 aan. Deze is gebruiksvriendelijk en betaalbaar en deze kan ook gewone video's of foto's capteren.

Insta360 X4

- **Prijs:** Betaalbaar (~€499)
- **Gebruiksvriendelijkheid:** Eenvoudig in gebruik met een gebruiksvriendelijk touchscreen en uitstekende software voor videobewerking. Geschikt voor zowel beginners als gevorderde gebruikers.
- **Kenmerken:** 5.7K 360° video-opname, geavanceerde FlowState stabilisatie, kleurendoorzicht voor AR-toepassingen, en waterdicht tot 10 meter zonder behuizing.
- **Geschikt voor:** Vlogs, reizen, sociale media contentcreatie, en professionele toepassingen.

Kies je voor 4K of Full HD?

Dit is afhankelijk van volgende aspecten:

- Waarop ga je de video's bekijken? TV, laptop, smartphone ...
- Hoeveel geheugen heb je op je server of online cloud?
- Waar plaats je de video's? YouTube, eigen website ...

Doorgaans raden wij aan te filmen in Full HD omdat dit minder opslagplaats nodig heeft, sneller laadt op het internet en de eindgebruiker meestal hun vacatures bekijkt op de smartphone of laptop.

Wil je toch haarscherper filmen en meer kunnen bewerken? Dan is 4K een optie en kan je de video bij het bewerken eventueel nog exporteren als een Full HD.



Figuur 2 A Complete List of Video Resolutions and their Pixel Size

Houd je toestel recht.

Zie dat je toestel altijd waterpas staat.

- Dit kan je doen door een **statief** aan te schaffen met een waterpas of op je smartphone de functie ‘level’ in te schakelen. Je kan ook opteren voor een gimbal die je toestel automatisch stabiel en waterpas houdt, maar hier moet je mee kunnen werken.
- Zorg dat je statief compatibel is met je gekozen toestel. Hier bedoelen we mee dat je jouw toestel kan vastmaken op jouw statief met de juiste kop (schroef, schuifstelsel, klem....)

Voorbeelden:

- Statief met waterpas:



- Gimbal smartphone



(DJI Smartphone gimbal Osmo Mobile SE)

- Gimbal camera



(DJI Ronin-SC Gimbal Stabilizer)

Microfoon

Een camera bevat (bijna) altijd een interne microfoon om het geluid rondom volledig te registreren. Kwaliteit van het geluid is afhankelijk van de ruimte, omgevingsgeluiden en afstand tot de camera.

Indien de kwaliteit van de geluidsopname van de camera onvoldoende blijkt, kan je opteren om het geluid afzonderlijk op te nemen met externe microfoons of een voice recorder (met geheugenkaart). Bij de voice recorder moet je de geluidsopname nog plaatsen onder de opname met een videobewerkingssoftware zoals Adobe Premiere Pro.

Eerst kijken we naar het volgende:

1. Welk camera kies je om te filmen?
 - a. Heeft deze camera een interne microfoon?
 - b. Welke aansluitingen heeft je camera?
 - i. Mini-jack
 - ii. Bluetooth
 - iii. XLR (audiokabel)
2. Wat is de afstand van de persoon / personen tot de camera?
 - a. Bij een korte afstand kan je de interne of een shotgun microfoon gebruiken
 - b. Bij langere afstanden gebruik je beter een externe microfoon of een voicerecorder.
Voorzie een lange kabel of een draadloze microfoon.

3. Omgeving

- a. Is het omgevingsgeluid belangrijk?
- b. We prefereren een rustige omgeving waardoor de stem goed hoorbaar is.
- c. Wil je stemmen isoleren van het omgevingsgeluid. Gebruik dan zeker een externe microfoon.

Hieronder vind je een lijst van externe microfoons. De microfoons worden op de kledij van de sprekers geprikt, vastgehouden of gemonteerd op de camera:

Microfoon	Extra informatie
Handmicrofoon 	▪ Bekabeld ▪ Aansluiting: ○ Jack
Lavalier 	▪ Bekabeld ▪ Aansluiting: ○ Mini-jack
Lavalier 	▪ Bekabeld ▪ Aansluiting: ○ USB-C
Shotgun 	▪ Bekabeld ▪ Aansluiting: ○ Mini-jack

Rode Wireless GO II 	▪ Draadloos ▪ Connectie: ○ Bluetooth ○ Afstand connectie: ▪ 200m
Sennheiser XSW-D Portable Lavalier set 	▪ Draadloos ▪ Connectie ○ Bluetooth ○ Afstand connectie: ▪ 75m
Sennheiser EW 122P G4 	▪ Draadloos ▪ Connectie ○ XLR ▪ Zender – Ontvanger ○ Afstand connectie: ▪ 100m
Zoom F2-BT Field Recorder 	▪ Draadloos ▪ Connectie: ○ Geen ▪ Dit is een voice recorder met een eigen geheugenkaart. ○ Micro-SD geheugenkaart

Belichting

Licht is cruciaal tijdens het filmen. Een goede belichting laat de personen of voorwerpen in je video opvallen en maakt het aangenaam om er naar de kijken.

Waar let je op?

- Binnen:
 - Ruimte met veel lichtbronnen. Lampen en/of ramen.

- Let op met de zon*!
 - Eventueel extra lampen plaatsen zoals in een foto-/filmstudio.
- Buiten:
 - Film op een lichte en bewolkte dag

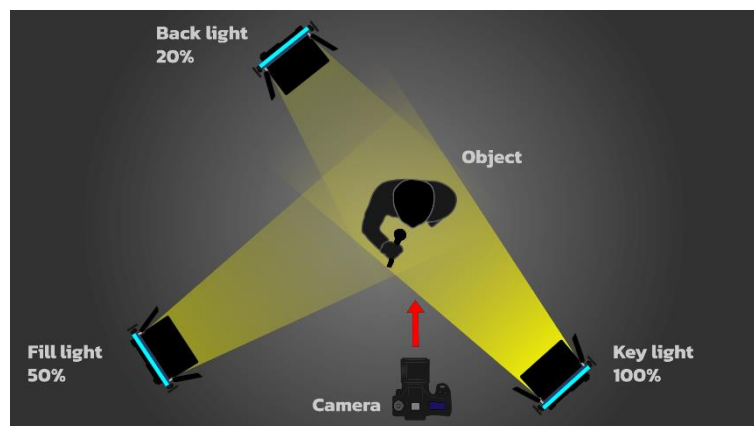
*Toch filmen tijdens de zon?

- Film altijd met de zon mee.
- Let op voor schaduwen in het gezicht.
- Natuurlijk kan je ook creatief omgaan met de zon. Denk aan sfeer en emoties die de zon opwekken.

Wil je binnen filmen en extra lampen gebruiken, volg dan het driepuntsbelichting principe.

Driepuntsbelichting is ideaal:

- **Key Light:** Hoofdlicht, meestal schuin van voren.
- **Fill Light:** Zachter, vult de schaduwen op.
- **Back light:** Achter de persoon, voegt diepte toe.



Software

Bewerken

Het bewerken van video's vergt software.

Onderstaande lijst bevat gangbare videobewerkingssoftware, geschikt voor het bewerken van video's of het aanvullen van effecten. Dit is maar een beperkte lijst van beschikbare softwarepakketten:

	Kostprijs	Website	Tutorial	Logo	Besturings-systeem
CapCut	Gratis / In app pro aankoop	Link	Link		iOS (app) macOS (online) Windows (online) Android (app)
Microsoft Clipchamp	Gratis / Premium	Link	Link		Windows (online + app) macOS(online)
App van je actioncamera Bv: GoPro / Insta360	Gratis	GoPro Insta360	GoPro Insta360		GoPro ▪ iOS ▪ Android Insta360 ▪ iOS

					▪ Android ▪ Windows ▪ macOS
Adobe Premiere pro	Licentie	Link	Link		macOS Windows
DaVinci Resolve	Gratis (of eenmalige aankoop premium)	Link	Link		macOS Windows
Final Cut Pro	Licentie	Link	Link		macOS iPadOS

Interactiviteit

Om beelden te verrijken met interactiepunten, maak je gebruik van specifieke software. Verrijkingspunten, afhankelijk van de software, kunnen bestaan uit:

- tekst
- afbeeldingen
- audio
- Poll
- quiz

Hierdoor kan je extra informatie over het bedrijf, de functie, de werkomgeving... toevoegen aan de storytelling. Belangrijk is om de functionaliteit en meerwaarde voor de sollicitant in het oog te houden.

Ondertussen bestaan er meerdere online platformen die je de mogelijkheid geven om beelden te verrijken. Voordeel hiervan is dat je de hosting door het platform voorzien wordt en je enkel de beelden opvraagt met een link op QR-code. Eventuele kostprijs voor de hosting van het beeldmateriaal is opgenomen in de licentiekost.

Volgende lijst bevat **online software** waarmee je video's kunt verrijken met interactiepunten:

 Link Licenties Youtube	Thinglink • Type: Interactieve multimedia software • Kenmerken: Thinglink maakt het mogelijk om 360° afbeeldingen en video's te verrijken met interactieve hotspots. Je kunt tekst, audio, afbeeldingen en video's toevoegen aan de hotspots voor een meeslepende ervaring. • Gebruik: Geschikt voor educatieve doeleinden, marketing en interactieve storytelling.
	Faciliteer

 facilitate. Link Licenties Youtube	• Type: Online tool voor interactieve content • Kenmerken: Facilitate is een platform dat het creëren van interactieve video-ervaringen vergemakkelijkt, inclusief het toevoegen van hotspots, quizzen en andere interactieve elementen. Het is ontworpen voor educatieve en trainingstoepassingen. • Gebruik: Geschikt voor bedrijven, trainers en educatieve instellingen die interactieve leermiddelen en video-inhoud willen creëren.
 kaltura Link Licenties Youtube	Kaltura • Type: Online video platform voor media management • Kenmerken: Kaltura biedt een uitgebreide suite van tools voor het beheren, streamen en analyseren van video-inhoud. Het ondersteunt functies zoals live streaming, interactieve video, cloudopslag en integraties met LMS-systemen. Kaltura biedt ook mogelijkheden voor video-annotaties, ondertiteling, gedetailleerde analytics en een integratie van een quiz • Gebruik: Geschikt voor bedrijven, onderwijsinstellingen en contentmakers die op zoek zijn naar een schaalbare oplossing voor videobeheer en interactieve leerervaringen.

Extra tip:

- **Beslissingsboom op je website (zonder software)**
 - Je legt uit in de video welke video ze erna kunnen bekijken en dit afhankelijk van hun interesse, expertise, antwoord ...

Disclaimer: “Interactie wordt meer gebruikt voor een selectie of 360° rondleiding. Wil je hier meer info over? Check dan zeker de checklists van 360° selectie”

Opname voorbereiden



Het is uiterst belangrijk om op voorhand goed na te denken over het doelpubliek, het doel en het verhaal.

De opname voor een kantoorbediende zal niet overeenkomen met een opname voor technisch personeel. Denk goed na over welke beelden en woorden een meerwaarde hebben voor het doelpubliek. Een video kan meerdere doelen hebben: virtuele rondleiding, demonstratie van een vaardigheid, testen van voorkennis, voorstelling van het bedrijf, een dag in het leven van... enz. De plaatsing van de camera en de duur van de opname kunnen wijzigen naargelang het doel.

Gebruik bij voorkeur het sjabloon om alle aspecten van de opname in kaart te brengen. Je gaat tewerk alsof je een filmscenario uitschrijft.

Het sjabloon bevat volgende kolommen:

- **Ruimte:** Welke ruimte moet er getoond worden?

- **Attributen/items:** Welke items moeten aanwezig zijn tijdens de opnames? Dit kunnen gereedschappen, machines, meubels enz. zijn.
- **Actie/activiteit:** Welke actie speelt zich af in de scene?
- **Gesproken tekst:** Welke tekst moet er gezegd worden? Wie zegt deze tekst? Schrijf deze uit in dialoogvorm.
- **Verrijkingen:** Welke verrijkingspunten (tekst, quiz, poll) moeten ingebouwd worden? Wanneer moeten deze getoond worden?
- **Beeldvulling,** wie komt wanneer in beeld? Op welke manier? Hoe staan ze t.o.v. het decor en camera?
- Welke **opmerkingen/bedenkingen** heb je tijdens de opnames?

Door meerdere rijen te gebruiken in het sjabloon kan je een chronologische volgorde in je opnames inbouwen.

Tip: “Leer je camera kennen en gebruiken vooraleer je begint te filmen. Anders stoot je op instellingen die je opname doen vertragen.”

Video opnemen



Tijdens het maken van opnames moet je steeds de privacy en GDPR-regels in acht nemen. Laat figuranten een contract ondertekenen volgens de DPO (Data Protection Officer)-richtlijnen. Als alternatief kunnen acteurs ingezet worden tijdens de opnames, maar dit kan de authenticiteit van de opnames wel beïnvloeden. Indien werknemers in de video niet meer actief zijn in het bedrijf, is het aangeraden om deze video's te verwijderen. In de ontwerpsjablonen vind je een [Quickclaim Hogeschool PXL](#) die als inspiratie kan dienen bij het opstellen van een privacyverklaring.

Vooraleer je start met filmen plaats je de camera met het statief, stel de kwaliteit van de opname in en test je altijd een opname.

- Is alles wat ik wil tonen in beeld?
- Is de afstand tot belangrijke objecten of personen correct?
- Gebruik ik het juiste perspectief?
- Zijn de stemmen duidelijk verstaanbaar?
- Is er niet te veel achtergrondgeluid?
- Is er voldoende licht? Is er geen overbelichting?
- ...

Deze testfase is belangrijk omdat je nu nog kan bijsturen. Indien nodig gebruik je bv. een extra microfoon. Achteraf zijn deze aanpassingen niet of moeilijk door te voeren.

Kies je voor een (video) camera, zorg er dan voor dat je beeld altijd scherp is gesteld. Dit kan je manueel doen of automatisch laten uitvoeren door de camera zelf.

Zorg altijd voor minimaal 2 à 3 seconden stilte waarin de spreker in de camera kijkt voor en na de video. Dit geeft jou ruimte om achteraf de video goed te kunnen knippen en eventueel een fade-in en -out effect te geven.

Video bewerken



Voor eenvoudige bewerkingen gebruik je best een eenvoudige app, denk aan Microsoft Clipchamp of CapCut. Afhankelijk van de app bevat deze vaak volgende mogelijkheden:

- Inkorten van de video
 - Dempen van achtergrondgeluid
 - Toevoegen van tekst
 - Toepassen van animaties
- Plaatsen van muziek
 - Aanpassen van volume

Uitgebreide bewerkingen kan je doen met krachtigere software. Dit is echter niet altijd vereist aangezien de export uit de camera applicatie vaak al een bruikbaar resultaat oplevert. Deze extra bewerkingssoftware gebruik je om het camerageluid te vervangen door een afzonderlijke geluidsopname en om meerdere video's aan elkaar te plakken.

Toevoegen van achtergrondmuziek en animaties bevordert de beleving. Hierbij is het wel essentieel dat de gekozen muziek en animatie past bij de video en het imago van het bedrijf.

Verrijken:

Upload je video naar een videoplatform en voeg, afhankelijk van doelpubliek en doel, interactiepunten toe.

Een lijst van bruikbare verrijkingsoftware kan je raadplegen onder stap 2 “**Interactiviteit**”. De meest gebruikte interactiepunten zijn tekst, afbeelding, audio, poll, video. Vaak bieden interactiepunten ook de mogelijkheid om te navigeren tussen verschillende scènes.

Verrijkingen die toegevoegd worden aan de video moeten een meerwaarde hebben voor het doel en het doelpubliek. Ontwikkelaars gebruiken best het sjabloon om de verrijkingpunten op voorhand in kaart te brengen. Hou hierbij rekening dat lezen van langere teksten door de gebruiker als onaangenaam ervaren kan worden.

Het gekozen online videoplatform zorgt ook voor de hosting. De verschillende licenties van deze tools geven een beeld over de opslagcapaciteit.

Sommige platformen bieden de mogelijkheid om eenvoudig te werken met scenario's. Deze functionaliteiten staan beschreven bij de licentiemogelijkheden van de tool.

Video bekijken



Indien het videomateriaal geen interactiepunten bevat, kan je deze ter beschikking stellen op een website, op een LMS-platform, via sociale media of op Youtube.

Videomateriaal met interactiepunten kan enkel bekeken worden met het platform. Het platform van de verrijkingsoftware biedt de gebruiker de mogelijkheid om video's te delen met een link of QR-code. Hierbij is het belangrijk om oog te hebben voor de deelininstellingen van elke video.

Het bekijken van een video kan op een pc, laptop, smartphone of tablet.

Ontwerpsjablonen

Analyse

Vooraf vul je deze lijst in:

Bedrijfsprofiel: Welke kenmerken/waarden van het bedrijf moeten getoond worden?
Functiebepaling: Welke functie wordt in beeld gebracht in de videovacature?
Competentieprofiel: Welke competenties moeten benadrukt worden in de videovacature?
1. 2. 3. 4. ...
Werklocaties: Welke werklocaties moeten getoond worden?
1. 2. 3. 4. ...
Aandachtspunten: Wat vinden kandidaten belangrijk in een videovacature?
• Takenpakket: Geef een eerlijk beeld van de taken en uitdagingen. • Work-life balans: Laat zien hoe de organisatie hierop inspeelt. • Werkplek en collega's: Toon de werkomgeving en stel echte collega's voor. • Voorbeeldprofiel: Breng een medewerker in beeld die de functie al uitvoert, zodat kandidaten zich kunnen identificeren.

Checklist

1



2



3



4



5



6



Stap 1: Bepaal de story

Doelpubliek:

- ☐ Technische profielen
- ☐ Onderhoudspersoneel
- ☐ Operatoren
- ☐ Logistiek personeel
- ☐ Bedienden
- ☐

Storytelling:

- ☐ Virtuele rondleiding
- ☐ Kennismaking werkplek
- ☐ Kennismaking machines
- ☐ Kennismaking medewerkers
- ☐ Kennismaking mogelijkheden
- ☐ Day in a life of
- ☐ Traject van je loopbaan

Professionaliteit

- ☐ Hoe wil je overkomen naar je doelpubliek?

Totale duur:

- ☐ duur < 5 min.
- ☐ duur > 5 min.
- ☐

Publiceren

- ☐ Social media
- ☐ Website
- ☐ YouTube

STAP 2: Hardware & Software

Camera:

- ☐ Smartphone
- ☐ Actioncamera -
- ☐ Camera -
- ☐ Videocamera -

VaRbeid – Checklist ‘Creatie Vacaturevideo’

<i>Stabiliteit:</i>	☐ Statief ☐ Gimbal
<i>Microfoon</i>	☐ Intern ☐ Extern (bluetooth, kabel, XLR, voicerecorder) ☐ Belichting ○ Extra lampen (Wit / Warm / Kleur)
<i>Belichting</i>	☐ Extra lampen
STAP 3: Opname voorbereiden	
<i>Privacy/GDPR:</i>	☐ Gebruik van acteurs ☐ Gebruik van personeel ○ Contract volgens DPO-richtlijnen? ○ In dienst?
<i>Script:</i>	☐ Wat wordt er gezegd?
<i>Interactiepunten:</i>	☐ Ja (<i>uitgeschreven in scenario</i>) ☐ Neen
<i>Aantal scènes:</i>	☐ Dit zijn het aantal shots dat je moet nemen om de volledige opname te realiseren ☐ Hoeveel?
<i>Uitgeschreven scenario:</i>	☐ In orde volgens sjabloon ☐ In orde volgens eigen methode ☐ To do
STAP 4: Video opnemen	
<i>Positie camera:</i>	☐ Opnamekwaliteit (Full HD / 4K) ☐ Afstand tot personen/objecten ☐ Alles in beeld ☐ Perspectief ☐ Verstaanbaar ☐ Level (waterpas)
<i>Geluid</i>	☐ Werken de microfoon en komt het geluid goed binnen ☐ Geen of weinig omgevingsgeluid bij een mono- of dialoog

VaRbeid – Checklist ‘Creatie Vacaturevideo’

<i>Belichting</i>	☐ Is alles goed belicht?
<i>Focus</i>	☐ Is de camera scherp gesteld?
<i>Script</i>	☐ Is het duidelijk voor de acteur(s) / actrice(s) wat ze moeten vertellen?
<i>Geheugenkaart</i>	☐ Heb je de geheugenkaart in het toestel gestoken? ☐ Heb je nog voldoende opslag voor je opnames?
STAP 5: Video bewerken	
<i>Bewerkingssoftware:</i>	☐ Adobe Premiere Pro ☐ Final Cut Pro ☐ Davinci Resolve ☐ Microsoft Clipchamp ☐ Insta360 app / Studio ☐ GoPro app ☐ Social media app ☐ ...
<i>Verrijkingsoftware:</i>	☐ Thinglink ☐ Kaltura ☐ ...
<i>Interactiepunten:</i>	☐ Tekst ☐ Afbeelding ☐ Audio ☐ Poll ☐ Navigatie ☐ Quiz ☐ ...
<i>Scenariotool:</i>	☐ Ja ☐ Neen
STAP 6: Video bekijken	
<i>Hosting:</i>	☐ Platform verrijkingsoftware ☐ Bedrijfswebsite

VaRbeid – Checklist ‘Creatie Vacaturevideo’

	☐ LMS ☐ Youtube ☐ ...
Hardware:	☐ Laptop / pc ☐ Tablet ☐ Smartphone ☐ iOS ☐ Android
Connectie:	☐ Deelbare link ☐ QR-code ☐ Embedded op website of LMS ☐ ...

Vorbereitungssjabloon

Scene	Ruimte	Attributen/ items	Actie/ activiteit	Gesproken tekst	(Verrijkingen) • Tekst • Afbeelding • Poll • Quiz	Opmerkingen/ bedenkingen
1						
2						
3						
4						
5						
6						

GEBRUIKSMACHTIGING

Ondergetekende

Wonende te

Machtigt HOGESCHOOL PXL, met maatschappelijke zetel te 3500 Hasselt, Elfde Liniestraat 24, hierna 'Hogeschool PXL' genoemd.

Vanaf de ondertekening van dit document en zonder enige beperking qua duur, de vaste beelden en of videosequenties (hierna de 'beelden' genoemd) te maken en te gebruiken of ze te reproduceren en openbaar te maken, hetzij geheel, hetzij gedeeltelijk, al dan niet verwerkt in andere vaste of bewegende beelden, in gewijzigde of al dan niet bijgewerkte vorm, in uitgegeven vorm op elke drager van papier, textiel, plastic of andere, in uitgezonden vorm op elke al dan niet digitale videodrager, verwerkt in elke elektronische drager, met inbegrip van internet of intranet.

Deze machtiging wordt gegeven voor elke verspreidingszone zowel in België als in het buitenland:



Voor elke interne en externe communicatie van HOGESCHOOL PXL, en onder meer de interne persdienst, elke institutionele informatiedrager, met uitzondering van elk gebruik voor commerciële, pedagogische of reclamedoeleinden.



Voor elk gebruik voor commerciële, pedagogische of reclamedoeleinden (dat aanleiding geeft tot de aankoop van reclameruimte in alle dragers buiten HOGESCHOOL PXL of op alle commerciële of reclamedragers, pakketten, uitgaven, pers, design, direct marketing enz.) die door of voor HOGESCHOOL PXL wordt verwezenlijkt.



Voor elke communicatie voor op de sociale media van HOGESCHOOL PXL, inclusief maar niet beperkt tot Twitter, Facebook; YouTube, LinkedIn, etc.

De ondergetekende verzaakt uitdrukkelijk aan elke vergoeding van welke aard ook aangaande het gebruik van de beelden voor de diverse gebruiksvormen die in deze machtiging voorzien zijn. De ondergetekende erkent ten volle te beschikken over de rechten waarvan afstand wordt gedaan, en begrijpt en aanvaardt dat deze machtiging HOGESCHOOL PXL op geen enkele wijze verplicht om deze beelden te gebruiken.

Een intrekking van deze machtiging kan enkel worden verkregen mits de ondergetekende een email verstuurt naar het mailadres privacy@pxl.be. De intrekking van de machtiging zal gelden voor het gebruik van de beelden na de intrekking en heeft geen betrekking op het eerdere gebruik ervan op bestaande dragers.

VaRbeid – Checklist ‘Creatie Vacaturevideo’

Ik bevestig dat ik kennis heb genomen van de Privacyverklaring van HOGESCHOOL PXL waarin ik ben geïnformeerd over de verwerking van mijn persoonsgegevens door HOGESCHOOL PXL, alsmede over mijn rechten, waaronder het recht op wissing. De privacyverklaring kan worden geraadpleegd op de website:

https://www.pxl.be/Assets/website/pxl_algemeen/documenten/PXL%20-%20Privacyverklaring%20algemeen.pdf

In twee exemplaren, één voor de ondergetekende en één voor HOGESCHOOL PXL.

Opgemaakt te

Op DD/MM/JJJJ

Naam en voornaam

Handtekening